



相约心情盛开的地方 见证喜结良缘的一刻

星河湾城堡婚宴火热预订中
详情请致电酒店市场销售部

广州星河湾酒店 Tel:+86 20 3993 6688 星河湾半岛酒店 Tel:+86 20 3998 3333 浦东星河湾酒店 Tel:+86 21 3892 9666
上海星河湾酒店 Tel: +86 21 3412 9999 太原星河湾酒店 Tel:+86 351 7698 866 北京星河湾酒店 Tel:+86 10 8552 9988

星河湾集团
Star River Group

CHATEAU STAR RIVER
星河湾酒店



卷首语

品质诚现未来

3月30日，以“品质诚现未来”为主题的2016星河湾集团核心战略发布会顺利举行。“品质诚现未来”这一传播口号的发布，标志着星河湾集团将以国家“十三五”开局之年为开端，在中国的大格局、大时代发展中，将努力做到“以诚意出品质、以诚心创未来”，以品质致敬中国新时代。

在坚守品质的核心思想指导下，星河湾集团将围绕核心战略，对各业务板块进行前瞻性、正确的决策指引。星河湾集团一方面会构建企业清晰、明确的价值体系；另一方面也会保持战略定力，坚守看家本领，保持多产业协同发展，既追求各产业一马当先，也注重多产业的齐头并进。

“品质”是星河湾集团未来战略的基础，也是

多产业协同发展共同的目标。未来，房地产业仍然是星河湾的发展重点。星河湾集团地产板块经过二十余年的发展，已经完成了产品数量和质量的积累，“星河湾品质”正从地产板块向集团其他各大产业延伸。

星河湾酒店正是高端品质的凝结之作；星河湾酒业也将继续深耕高端市场，丰富高端产品线；星河湾物业服务在高端生活方式的服务探索上也将在上一个新台阶，围绕“给业主看得见的附加值”，积极创新物业服务……

作为一家重视社会责任的企业，在2016年，星河湾集团还将深化精准扶贫理念，扩大扶贫成果，深入产业扶贫的研究与实践，大力推动社会力量，共同参与扶贫，承担更多的社会责任。

展望未来，星河湾集团将继续秉承“舍得、用心、创新”的企业理念，以工匠精神作为企业发展核心，扎扎实实做产品、踏踏实实做服务，保持战略定力，增强发展自信，以主人翁的责任感和使命感，恪守品质，砥砺前行。



主 办： 星河湾集团

总 编 辑： 吴惠珍

执行总编： 苏文竹、何 燕

责任编辑： 韦丽丹

通 讯 员： 郭晓辉、周礼昕、郑文慧、代文龙、谢伟坚、罗莘英、邵俊铭、孙 洁、
纪 璐、宿肖蕊、王伟唯、何初红、潘志强、李菁哲、邬 敏、简 宁、
康湘华等 (排名不分先后)

出 版： 星河湾集团品牌部、新闻中心

地 址： 广州市番禺大道北1号

电 话： 020-87552828-8957

网 址： <http://www.star-river.com>

微 信 号： xhwjtweixin



目录

04 星专题

- 04 星河湾 2016 | 将“工匠精神”上升到企业核心战略高度
- 08 左手融资，右手拿地 | 星河湾后百亿时代下的慢发展哲学
- 12 拓展“塔尖”人群 | 星河湾跨界合作再塑圈层文化

14 星生活

- 14 星鲜粤宴 | 美食家庄臣带你「叹」粤菜
- 16 营养与美 | 星河湾灵格风幼儿园的饮食科学

18 生活家

- 18 10年，听 Nancy 说说小区那些事

20 星动向

- 20 星河湾集团入榜“2016年度典型房企产品品牌综合实力榜 Top10”
- 21 星河湾集团成功发行公司债券 25 亿：非上市民企为何有此价值？
- 22 解读金马奖：告诉你什么是“最具发展潜力”
- 24 羽坛天王空降星河湾
- 25 星河湾职业网球俱乐部小将赵灵熙再捧单打冠军
郑赛赛 & 徐一璠闯入迈阿密皇冠赛女双四强

26 星品质

- 26 星河湾实业：纹理间的工匠精神

30 星观察

- 30 体验米兰设计周的家居“新元素”

32 星连载

- 32 品质连载——你所不知道的 106 个星河湾的秘密

星河湾 2016 将“工匠精神”上升到企业核心战略高度

一直以来，品质乃星河湾的立业之本。在“工匠精神”被列入政府工作报告的新时代背景下，星河湾的企业核心战略回应了时代发展的强烈呼声。

3月30日，以“品质诚现未来”为主题的2016星河湾集团核心战略发布会在星河湾半岛酒店盛大开幕，这是星河湾集团继董事长黄文仔在年会上发表关于“恪守品质，砥砺前行”的讲话后，再一次向业界发出声音，并将品质上升到星河湾集团核心战略的高度。

星河湾全新形象推出，以品质诚现未来

星河湾集团的全新LOGO，开启星河湾集团品质未来。

在“舍得、用心、创新”的精神引领下，星河湾集团迎来集团发展史上一个新的里程碑：星河湾集团传播口号“品质诚现未来”的推出，标志着星河湾将对品质的极致追求，提高到了战略层面。

四大核心战略，坚定不移走品质发展之路

长久以来，星河湾为高净值人群打造品质居所。一个高品质居所是家之所在，是工匠精神的最直观体现。星河湾集团副董事长、执行总裁吴惠珍女士在会上明确提出星河湾未来核心战略。

第一，中国经济增速放缓、企业面临转型。中国30多年高速发展中所积累的认识和经验，已经不足以应对新的竞争形势。品质革命，高品质已经成为市场新的刚需、新的风口。中国消费者对于高品质产品的渴求，将是新的产业动能。从资本到消费者，都会为



星河湾集团的全新LOGO，开启星河湾集团品质未来

“高品质”三个字买单。资本看重的是星河湾的市场定位、产品定位。品质，不但为星河湾赢得了市场的尊重，赢得了抗风险的底气，赢得了多年的稳健发展，而且赢得了资本的认同。

第二，星河湾集团对于企业的发展有自己的价值评判标准，稳健适度发展、社会价值创造、社会责任担当，构成了星河湾集团稳固的黄金三角结构。星河湾不仅在地产行业，在酒店、酒

业、物业、教育等产业也决不盲从，不跟风，始终追求稳健和有质量的发展。星河湾独树一帜的对品质的坚持也使其抵住高端客户的百般挑剔和资本市场的诱惑。不仅如此，星河湾肩负企业社会责任，做好公益慈善、做好产品、做好服务、企业治理与产业推动五大事业，为社会创造更多价值。

第三，坚守“恪守品质，砥砺前行”的核心价值观，以工匠精神创造品质

价值，并继续发扬星河湾务实肯干精神，坚持“舍得”打造品牌，“用心”维护品牌，“创新”发展品牌。

第四，作为星河湾集团未来战略，品质是基础，多产业协同发展是导向。多产业协同发展，既要各产业的一马当先，更要注重多产业的齐头并进。房地产仍然是发展重点。坚持一线城市深耕、区域中心城市稳步扩张的发展战略。

房地产：2016年，上海星河湾、太原星河湾将有全新地块与产品推出，星河湾集团在位于琶洲高端商务区域的星河湾中心大楼也将投入建设，这是星河湾地产向高端商用物业迈出的坚实一步。

酒店：星河湾酒店是真正属于中国制造并自主经营管理的高端酒店。星河湾酒店是集团“优质生活方式”的延伸，今年，星河湾会在服务上投入更大，包括标准化建设、品牌建设、管理体系优化、精细化服务以及服务体验升级等。

酒业：星河湾酒业全面对市场开放。星河湾将在原有的“星河湾老原酒”、“星河湾老酱香”两大系列产品的基础上深耕高端市场，丰富高端产品线，开拓创新性的商业模式，着力拓展市场。

扶贫：星河湾集团将深化精准扶贫理念，扩大扶贫成果，深入产业扶贫的研究与实践，承担更多的社会责任。星河湾扶贫因地制宜，亲力亲为，保证

扶贫质量；实现产业带动，使扶贫对象彻底脱贫。注重文化技术培训，最终达到生活品质与产业发展能力的提高。

“舍得、用心、创新”演绎星河湾“工匠精神”

舍得：“百年品质”乃星河湾标准，每一道工序均需经过层层验收方可进入下一环节，在星河湾，工程验收的标准没有“差不多就行”，只有“行或不行”。即使在时间成本、管理成本上要比同行高出很多，但星河湾舍得投入，追求市场和客户的满意度。

用心：星河湾不盲目追求规模效应，专注高端大平层，打造精品，提升品牌溢价。不断通过自下而上的标准

化，包括设计的标准化、部品部件标准化、工程工艺标准化来提升产品品质。星河湾追求品质的工匠精神渗透到工作的每个环节。因此，星河湾的每一个楼盘交楼，业主一次收房满意率高达97%以上。

创新：在不断标准化的同时，星河湾对创新的技术保持开放的心态，对市场的新需求和客户的个性化需求，要用创新思维去满足。星河湾针对客户生活需求的智能化配置方面、提高生活品质的设备方面投入了大量的精力去研发，并在后续产品中得以实现。星河湾学院的成立将是今年星河湾创新的重大举措。

星河湾不仅能提供“品质居所”，



集团副董事长、执行总裁吴惠珍女士致辞



发布会现场

也能营造“品质住区”，我们还要为业主提供“品质生活”服务,真正成为“优质生活方式的创领者”。

星河湾选择回归物业服务本身，保持星河湾物业管理的高品质运行，提升物业管理效率和安全可靠性。高档社区的物业服务关系到社区的长远价值沉淀，也是星河湾地产打造“中国品质住区”重要的软件支持。星河湾将以生活学院为载体，全面推动物业向优质生活方式综合服务提升，把生活学院的常备空间落实到星河湾每个成熟社区。

星河湾物业服务在高端生活方式的探索上也上一个新台阶，围绕“给业主看得见的附加值”，积极创新物业服务，努力探索与尝试社区医疗、社区健康生活体系、社区O2O商业等领域，方便业主生活所需。

2016年将全面推出星河湾物业APP，一个为业主全方位考虑的网络沟通平台将成为业主和星河湾紧密联系和互动、为业主生活带来方便和提升的服务平台。能让业主在星河湾“心情盛开”是品牌追求的终极目标！



星河湾集团副总裁黄健慧女士与友好合作单位签约

至臻伙伴，精诚同行

会上，为了贯彻工匠精神，星河湾集团副总裁黄健慧女士与部分长期友好合作单位签订了战略合作协议。这一举动表明了星河湾坚守品质至上的决心与行动力。

发布会花絮

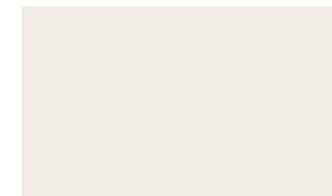
全国星河湾酒店的真粤中餐厅是酒店推广粤菜文化的主要阵地，在品牌战略发布晚宴上，星河湾以一席名为“星鲜粤宴”的晚宴演绎了星河湾的品质之道。美食家庄臣现场诠释每一道星鲜粤菜的精髓。



知名美食家庄臣为嘉宾精彩诠释每一道星鲜粤菜的精髓



星河湾老原酒的品鉴知识讲解



发布会现场精彩的文艺表演

自古享有“食在广州”盛誉的羊城从不缺美食，广州人对食材的处理方式独树一帜，看似简单的食材背后充满生动有趣的故事。星河湾用最地道的粤菜搭配星河湾酱香型白酒，将中国传统饮食文化的两种代表融合在一起，让人回味无穷。



发布会现场精彩的文艺表演



发布会支持者蒋昌建



左手融资，右手拿地 星河湾后百亿时代下的慢发展哲学

“慢也是一种发展，也是一种进步，所以慢增经济也是一种发展模式，不能说慢就是不进步。时间是一种解药，方向往往比速度更重要。”2015年年底，星河湾集团董事长黄文仔在出席中国房地产全行业领袖新年峰会被问及时间和房地产市场的关系时，如是回答。

黄文仔的答案，在一定程度上，或是星河湾发展轨迹的缩影。

而面对快与慢的哲学问题，星河湾集团副董事长、执行总裁吴惠珍曾解释称，星河湾从开始发展到今天，通过二十余年的发展和整合，制定的发展策略是，根据市场的情况，稳步健康发展。对于快与慢，并没有具体的要求。星河湾不会为了保量而降质。

吴惠珍在接受媒体采访时，便多次重申，“星河湾从第一天开始到现在，坚守品质的初心不变。星河湾发展，一直是比较健康、稳健和安全的。”

2015年是星河湾集团重回百亿军团元年，自去年开始，星河湾究竟做了哪些努力与改变？

谨慎发债保持财务稳健

2016年3月29日，星河湾集团有限公司旗下“广州番禺海怡房地产开发有限公司”成功公开发行25亿元公司债券，是2016年第一季度民营AA非上市房地产企业单次发行规模最大的一只。

本期债券同时发行两个品种，原定基础发行规模人民币10亿元，可超额配售不超过人民币15亿元。由于得到了市场投资者的踊跃认购，总有效申购量达到39.9亿元，最终成功一次性发满25亿元。

本期债券能够在目前比较严峻的债券市场环境下得到投资者的认可，体现出星河湾集团在资本市场较好的品牌形象，再一次证明了星河湾集团的实力、竞争力、财务稳健度、企业信用和发展

潜力。

正如星河湾集团副董事长、执行总裁吴惠珍女士在集团2016年品牌战略发布会上所说，虽然星河湾集团是民营非上市公司，但一向遵循现代化企业的管理理念，财务稳健，现金流安全可控。

为保证星河湾集团健康持续发展，旗下包括广州星河湾半岛在内的多个项目后续开发以及降低公司日常的运营管理成本，自2015年末开始，星河湾在发债融资上动作频频。2015年11月27日，星河湾集团成功发行30亿元人民币公司债，成为民营房企非上市公司单次发行融资规模最大的公司债之一。

不难看出，多次公司债发行成功，为星河湾集团未来的发展提供了强大助力。



星河湾中心效果图

择优拿地进军商用物业

融资背后，现金流充足的星河湾开始择优补充土地储备。

2016年2月17日，星河湾与广州工商联盟投资有限公司等18家企业组成联合体，成功竞得海珠区琶洲西区AH040163地块，成交价格为21.5亿元。3月1日，星河湾等18家企业组成联合体，与相关政府部门签署了成交确认书。

据悉，星河湾将在该区域以联合开

发与独立开发并举的方式开发办公楼。

此前，星河湾集团以高端住宅项目及高端酒店项目开发为主力开发方向。此次星河湾集团开发办公楼，一方面丰富了其地产开发的品类，另一方面也说明星河湾集团“一主多元”战略进一步丰富。

不过，这并非星河湾集团第一次“落子”琶洲。早在2011年10月，海珠区新港东路以北琶洲大道以南AH040215地块由星河湾以底价

49925万元竞得。

有业内人士分析，时隔五年后，星河湾再次“落子”琶洲，无疑是看中该区域的发展潜力。据悉，在2000年左右出台的《琶洲地区概念规划》中，琶洲被定位为“RBD、城市副中心”；此后，随着珠江新城基本建成，琶洲与珠江新城、员村地区联系在一起打造“一江两岸的泛CBD”；如今琶洲又被纳入到“一江三城”的大CBD的规划中。

坚持品质至上

从频繁融资保证现金流充足到择优拿地拓展地产开发品类，为适应房地产改革大潮，星河湾正做出改变。但这当中，星河湾亦有自己的坚持。

黄文仔说，星河湾要做百年建筑，星河湾的产品要保值增值，要对得起业主，也要对城市的价值提升有贡献。星河湾集团高管曾表示：高品质产品是星河湾始终坚持的追求，“舍得、用心、创新”是星河湾在当前市场中不变的核心价值观。

得益于对品质的坚持，星河湾集团

在售的上海、广州、青岛、西安等7个项目中，2015年前三季销售均超10亿。数据显示，浦东星河湾、上海星河湾前三季度销售始终占据200平米以上高端住宅销售10强，2015年浦东星河湾、上海星河湾热销46.13亿元。

位于广州番禺区洛溪岛东端的星河湾半岛，是全国高端物业品质标杆，多个业务领域亦屡见创新。2015年，星河湾半岛全年热销25亿元，且每套均价超过1000万元。

2010年7月，中国第五座星河

湾——太原星河湾绽放，2015年，太原星河湾取得了12亿的销售佳绩。单套总价350万元以上的高端住宅市场中，占成交总额70%。同在2015年，青岛星河湾全年热销15亿元。

2016年1月底，克而瑞发布《2015年中国房地产企业产品能力TOP20》排行榜。报告指出，星河湾集团的“星河湾”系列是行业内知名的产品系列。而亿翰智库于日前公布的《2016年度典型房企产品品牌榜之综合实力榜Top50》，星河湾位列NO.10。



浦东星河湾微豪宅

多产业协同发展

2016年3月30日，以“品质诚现未来”为主题的2016星河湾集团核心战略发布会在星河湾半岛酒店启幕。

与会期间，吴惠珍表示，星河湾在地产行业、在酒店、酒业、物业、教育等产业决不盲从，不跟风，始终追求稳健和有质量的发展。不仅如此，星河湾肩负企业社会责任，做好公益慈善、做好产品、做好服务、企业治理与产业推动五大事业，为社会创造更多价值。

据悉，2011年3月，星河湾集团积极响应国家新型城镇化发展战略，向从化狮象村捐资近2亿元作为扶贫资金，亲力亲为改造旧乡村、建设新农村。至2015年8月，新建村屋555套已全部交付村民入住。

“作为星河湾集团未来战略，品质是基础，多产业协同发展是导向。房地产仍然是发展重点。坚持一线城市深耕、区域中心城市稳步扩张的发展战略。”吴惠珍透露，2016年，上海星河湾、太原星河湾将有全新地块与产品推出，

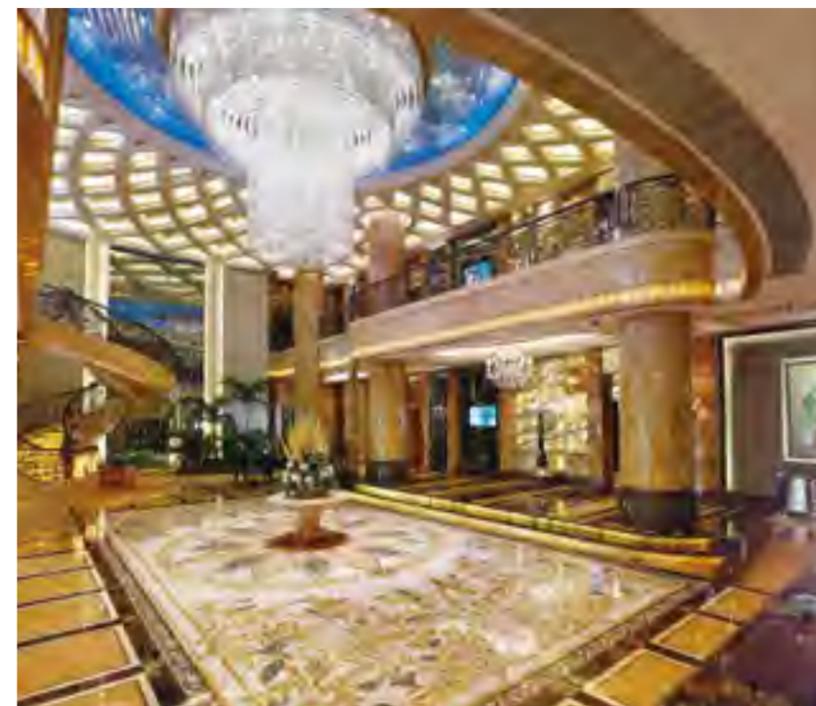


星河湾外墙

星河湾集团在位于琶洲高端商务区域的星河湾中心大楼也将投入建设，这是星河湾地产向高端商用物业迈出的坚实一步。

“在高端物业开发上，星河湾拥有丰富的经验以及众多的资源。再加上目前高端市场已然成熟，富人越来越多，对于房企的品质要求越来越高，市场也自然越来越大。”亚太城市房地产研究院院长谢逸枫告诉《时代周报》，星河湾坚持高端精品战略、只做高净值人群的第一居所的发展模式恰好适应了市场的需求，符合了星河湾的战略规划。

“星河湾将品质看作是自己的核心竞争力，而高端精品战略确实能够在一定程度上抵御房价长期下跌的市场风险。对于高净值人群，星河湾打造的‘第一居所’并不会受到太大的冲击。由此看来，星河湾的战略有可行性，值得坚守。”财经评论员么志博对《时代周报》记者如是说。“于房企发展来讲，做大不是唯一的选择，做专也是出路。随着经济的发展，国内富有阶层的兴起，对高品质的居所的需求越来越多，这是星河湾的机会。”克而瑞分析师肖文晓告诉《时代周报》记者。



星河湾酒店大堂



拓展“塔尖”人群 星河湾跨界合作再塑圈层文化

3月底,星河湾集团 & 张裕合作联姻仪式暨“私家酒窖”概念发布会在成都举行。星河湾酒业板块负责人告诉《时代周报》记者,与张裕的合作是为了从产品资源、渠道资源层面实现共享,从而实现在运营模式上的创新与突破。

一个是白酒业新星,一个是红酒业世家,双方的碰撞,将产生怎样的化学反应?

3月底,“星河湾集团”&“张裕”合作联姻仪式暨“私家酒窖”概念发布会在成都举行。星河湾酒业板块负责人告诉《时代周报》记者,与张裕的合作是为了从产品资源、渠道资源层面实现共享,从而实现在运营模式上的创新与突破。“星河湾酒业拥有独特的高端、超高端社区资源,张裕国际则拥有上百年的品牌影响力及长期积累的高端经销商群,双方渠道资源的共享,将达到互利共赢的效果。”

星河湾的客户都是财富金字塔塔尖的人群,因此星河湾

以这部分人更青睐的小众化或个性化的跨界营销手法经营出星河湾独有的圈层文化。无论是产品的每一次升级,还是圈层营销的每一次创新,星河湾无一例外地把住用户体验放在了首要位置。

打造创新式私家酒窖

众所周知,星河湾酒业是星河湾集团历经二十余年沉淀斥巨资精心打造的现代化大型白酒企业,倾力打造中国酱香型白酒品牌。而张裕国际则是中国历史上第一家葡萄酒运营公司。

据悉,联姻后,星河湾与张裕将实现产品资源共享,为此,星河湾与张裕分别选择各自畅销的多款产品组成联合产品包,在各自的渠道资源上实现共同销售。其中,张裕的7款产品都是渠道专属。

借此,星河湾酒业的产线亦愈发壮大。“星河湾酒业现在的产线、产品组合,不单单有星河湾酒,还有葡萄酒,还有洋酒。星河湾张裕联合推广的产品,7款酒有6款是葡萄酒,1款是白兰地。”

除此之外,星河湾亦推出私家酒窖运作模式。“现在,离家越来越近的体系当中,有没有酒窖、你的酒窖里面藏了什么名酒,这才是真真正正的财富的象征,这反过来也是品质生活的提升和追求。”星河湾酒业负责人表示,未来星河湾酒业会根据星河湾的户型做一个规划,把酒窖作为住宅增值的项目。

在打造的过程中,星河湾始终坚持圈层服务的质量和标准。为了确保私家酒窖的专业性,星河湾酒业引入深圳新潮酒窖文化传播公司作为战略合作伙伴进行全国推广。据悉,新潮酒窖是中国首家从事酒窖文化推广与整体酒窖定制的专业服务商,致力于为追求高品质生活的人士提供个性化的整体酒窖解决方案。

而今,星河湾酒业已经紧锣密鼓地在全国布局私家酒窖的运作模式,尤其是在有星河湾园区项目的城市。据悉,星河湾酒业已经开始在售楼中心的样板房内进行私家酒窖展示,接下来也将在重点区域内营销执行。



星河湾酒业负责人告诉《时代周报》记者,接下来星河湾私家酒窖今年内有望达到300个,力争实现3年内达到2000个的目标。

精准定位深耕高端圈层

当白酒行业的营销高手还在为概念绞尽脑汁的时候,星河湾早已跳出了过去白酒营销的思维框架。星河湾酒业跟中国目前所有的酒企发展模式、经营模式及成长模式都不一样,需要在学习别人成功经验的基础上大胆创新。同时,用高薪和诚意从酒类行业请来众多精英,打造一个符合白酒运作规律的高效团队。

透过私家酒窖,引领财富新象征,正与星河湾集团不断深耕圈层营销、主打高净值人群的发展理念相吻合。

去年,星河湾集团与暨南大学生活方式研究院联合成立全国首家社区生活学院——星河湾生活学院。生活学院的落地,意味着星河湾集团将把企业积累了二十多年的从房地产业到物业、酒店业、酒业等优质产品、服务,提升到综合的高端人群的生活方式服务。

业界专家分析认为,星河湾的这一做法,标志着星河湾的战略从产品主义延伸至人文主义,更为注重高端客户群体的生活方式研究,提供新型的定向服务。

早在2011年前,星河湾便已开始探索中国财智阶层的生活方式,打造与之匹配的产品线,深耕圈层平台。2014年,星河湾联合胡润百富发布《2014星河湾第一居所趋势白皮书》,胡润百富对高端人群进行调研后发现,中国高净值人群常关注艺术品收藏、豪宅、游艇、葡萄酒和白酒等。在星河湾看来,顺势推出白酒、红酒及私家酒窖等产品,恰恰符合其对目标群体的定位与对产品的追求。



星鲜粤宴 美食家庄臣带你「叹」粤菜

3月30日，“品质诚现未来”为主题的2016星河湾集团核心战略发布会后，星河湾酒店联袂著名美食家庄臣先生特地为各位来宾定制了“星鲜粤宴”。

发轫于广州的星河湾，一直致力将粤菜文化发扬光大。每一座星河湾酒店都配有特色中餐厅——真粤中餐厅，诉说美食文化精髓，从顶级鲍、参、翅、肚至各款粤式茶楼点心，无不体现粤菜真髓。

一次美好的品尝，一款香醇的美酒，一种诗意的栖居，都是生活对我们的祝福。



河湾三宝 (烧乳猪、捞起爽鱼皮、酥炸蜆蜆)

小蜆蜆、鱼干、虾干都是广州南沙地区特有河鲜，渔家常用来做酱料或副食。烤乳猪是南粤特色菜，“红皮赤壮”寓意身体健康、生意红火。鱼皮是传统西关小食。河湾三宝，一道菜品品粤菜精华。

庄 烤乳猪在广东的大型宴会中都少不了；鱼皮会勾起广州一代人的回忆，而小鱼小虾是广东的特色，常常会被渔民做成小吃。

星鲜美点 (黑松露干蒸、鲜虾饺、蜂巢芋角)

相传东晋大将军见到战士日夜血战沙场，甚为感动，传令烘制民间美味糕饼慰劳将士，以表“点心心意”。自此，“点心”的名字便传开并沿用至今。用黑松露菌制作干蒸烧卖，是广东人对中西文化汇聚包容的体现。干蒸烧卖也是茶市必点的人气点心之一。



庄 在广东传统点心文化中，茶跟点心已经交融，喝茶就是吃点心。

满坛香

佛跳墙，又名“满坛香”、“福寿全”，有上百年历史。星河湾的佛跳墙主料精选鱼翅、鲍鱼、刺参、鱼唇、鹿筋等，配以多种调料及粤菜中常用的家养老母鸡、家养黄嘴鸭、瑶柱等几十种原料精心煨制而成。

庄 老广州有一酒家因“佛跳墙”出名，但“南天王”陈济棠的太太吃素，酒家煮“佛跳墙”的汤是肉汤，厨师就用毛巾吸收肉汤，借太阳把毛巾晒干，需要时再用开水煮开。



星河湾真粤鸡

真粤鸡皮脆、肉嫩，连骨头都有味道。这些良种胡须鸡来自星河湾集团自有农场，自然放养长达180天，每天吃有机菜、吃麦片、喝天然矿泉水，而且还居住在树上。除了味道不同于其他鸡，配料也与众不同。与配油浸的姜蓉不一样，真粤鸡的配料是老黄姜和海盐，带出鸡的肉鲜味。



庄 真粤中餐厅装鸡的盘子比一般餐馆装鸡的盘子都大，就是希望大家360度翻滚使鸡肉裹上姜蓉。



庄 三文鱼一般都是生吃，所以非常考验厨师掌握火候的技术和对酒的分量掌控。

秘制老原酒三文鱼

三文鱼是世界名贵鱼类之一，肉质细嫩鲜美，口感爽滑，深受人们喜爱，由它制成的鱼肝油更是营养佳品。值得一提的是，这道菜烹饪时加入星河湾老原酒，芳香四溢，令人印象难忘。



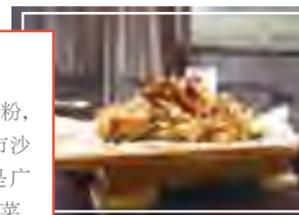
庄 陈皮的食疗作用非常大。用陈皮蒸河鲜，有一种回甘的口感在里面。

三十年陈皮古法蒸河鲜

对于广东人来说，除了祭祖、踏青，春天还是一年中品尝淡水河鲜的最佳季节。河鲜具有丰富的蛋白质、低胆固醇，与肉类相比更为营养。陈皮以广东四会出产最佳，益气润肺，年份越久香气越浓。用陈年陈皮清蒸河鲜，陈皮沁入心肺的香气，可以将腥气除去，鲜香相得益彰。

稻草河粉

河粉，又称沙河粉，1860年左右源自广州市沙河，因而得名。河粉是广东家常菜色之一，由芽菜、韭黄、河粉等炒成。把刚炒好起锅的河粉，马上用可以耐高温的食品级玻璃纸包裹好，最大程度把热度和香味都保存下来，呈现在客人面前，可谓独具匠心。



岭南荔枝冻

荔枝是最能代表岭南的佳果，诗人苏东坡被贬岭南留有“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”的千古绝唱。用荔枝果汁果肉制作成的果冻，外观晶莹剔透，口感软滑。



庄臣 ZHUANG CHEN

美食美酒、时尚生活写作人，著名美食家，国家一级评委。广州大学旅游学院客座教授，2004年获法国国际美食会授勋国际美食博士，2005年荣获广州市政府授予的“年度餐饮风云人物”和“饮食文化推广家”。

作为中国八大菜系之一，源自岭南的粤菜追寻食材的新鲜及原汁原味，这也是对星河湾酒店餐饮服务的考验。

星河湾“星鲜粤宴”是星河湾匠心品质下的美酒佳肴，更是用心坚持的粤菜传承。

营养与美味 星河湾灵格风幼儿园的饮食科学

“今年3月28日，你知道是什么日子吗？”近日有媒体针对接送学生的家长做过一个调查，结果，有近半的家长并不知道这个日子的意义。自1996年来，国家教委就把每年3月最后一周的星期一设定为“安全教育日”。一直以来，幼儿的安全教育被视为儿童安全教育中的难题，因为这一群体认知水平较低，对他们进行安全教育，必须根据幼儿的身心发展水平和特点来进行。面对幼儿的人身安全、健康安全、饮食安全，在广州市番禺区星河湾灵格风幼儿园，幼儿安全教育却有那么别出心裁的一套。

营养：来自营养师的食谱

3-6岁的幼儿正处在长身体的关键时期，需要补充大量的营养来保证身体发育。由于他们的饮食丰富，品种齐全，吃的时间较长，若稍微有点疏忽，麻痹大意，就会造成食物中毒等危险，所以必须教育幼儿注意饮食安全。

星河湾灵格风幼儿园采用了一个

质朴却直观的方法：把幼儿园每一天的食谱放到网上，方便查询，也随时能接受家长的检阅。这个方法从2009年坚持至今，除了寒暑假，从无间断。这些食物都经过了园方的检查，也得到了专业营养师的搭配。他们甚至慷慨地希望这些食谱能够被其他幼儿园

拿去用。

星河湾灵格风幼儿园的园长觉得，孩子是一个家庭里最宝贵的成员。家长把孩子交给幼儿园，说明了他们对幼儿园的无比信任。幼儿园也应该为孩子提供健康安全的学习生活环境，才不辜负家长一片苦心。



小朋友的营养餐食



安全：老师与家长共建

“要让学生和家长第一时间看见老师的笑脸。”星河湾灵格风幼儿园的园长经常告诉自己的同事，要比学生更早来到学校。只有老师和家长达成良好的沟通，才能构建孩子在学校与家，两点之间平安的桥梁。

星河湾灵格风幼儿园还把家长邀请到了课堂上参加助学活动，家长老师在活动中能充分体验教师的角色与职责，很好地达到了家庭与幼儿园共育的教学目标。而对孩子进行初步的安全知识教育和安全自救技能培养则更为重要，星河湾灵格风幼儿园每年都在校园内举行消防演习，增强教职工和幼儿的逃生技能和自我救护意识。请家长深入到班级，与孩子们互动。



小朋友接受消防安全教育



小朋友参加地震应急演练

健康：千般照顾，不如自护

星河湾灵格风幼儿园出资鼓励许多老师参加了安全健康方面的专业学习，不少幼校毕业的老师也拥有营养师、护理师之类的资格证。理由很简单，一切为了孩子的健康。

俗话说，幼儿健康教育是“千般照顾，不如自护”。星河湾灵格风幼儿园也经常出面邀请社区医院的资深医师到幼儿园里进行教学，并邀请学生家长来参加，不少家长的育儿知识都是在这里学会的。在幼儿园的网站还有不少的老师教育手记，供家长阅读参考。

教学特色

让孩子自由学习，丰富孩子的生活经验，激发孩子潜能，在宽松、愉快的环境中建构独立、自信、专注的品格，学会生存，学会生活，学会关爱，为将来孩子的成长打下良好的素质基础。



小朋友在安全教育课堂上认真听讲

10年, 听 Nancy 说说小区那些事

这是一个广州本土年轻一代搬家的故事，也是一座城市变迁的故事。住进广州星河湾那一年，Nancy 刚刚大学毕业，常常为上班通勤而烦恼。十年过去，Nancy 的居住观发生了哪些变化？

10 多年以前，Nancy 的舅舅搬到了广州星河湾一期。

Nancy 一家都是广州本地人，那时，在他们印象里，广州星河湾所在的番禺还属于荒郊野外。曾经，Nancy 家的家庭聚会一般都是从天河区到越秀区，一家人吃完饭，各自回家。然而，在多次去广州星河湾的舅舅家聚会之后，广州星河湾与市区住宅的巨大差异给了 Nancy 一家奇异的体验，家里人都觉得：这里挺好的。

于是在广州星河湾第三期开盘的时候，他们在星河湾买下了一套房子。

在随后这些年里，Nancy 一家发现，周围的大多数朋友都在南迁，生活圈子都散布在以星河湾为中心的片区里。“到郊区来往”，仿佛成为了许多人的共识。

Nancy 家地处市区的房子被用来出租，她毕业后，因为在市区工作，一度想从租客那里收回房子，但每次

都望而却步。

“真心接受不了。” Nancy 解释说，“楼下太嘈杂，下楼需要等太久的电梯。虽然那里可以吃饭、办公、约会、与

商业伙伴交流，但我总觉得哪有点不对。”

这些年里，Nancy 家从越秀区搬到了天河区，又从天河区搬到了番禺区，Nancy 身边的老街坊都在往城市外围迁移，她说：“10 个朋友有 6 个都把家搬到了番禺。”

这 10 年里，交通的发展，通勤的便利，让巨大的城市仿佛变得更小，让人们的活动范围变得更大。



星河湾业主 Nancy

Q&A 对话

Four Seasons(以下简称 FS) :选择近郊安逸的生活环境，也意味着舍弃了城区中心的便捷，您是怎么看待这件事的？

Nancy :我觉得这件事的要点在于如何支配自己的时间。以前我住在市中心，分配在工作上的时间可能更多，而现在，当我面对时间分配的问题时，可能会更留意哪些是生活时间，哪些是工作时间。我觉得这样更好，我是一个对工作比较执着的人，以前对时间从来没有观念，而现在，因为居住地点与城区的距离，每天对时间分配的考量，反而提高了自己的效率。

FS :您搬来星河湾之后，是不是又遇见了很多新朋友，发生了新的故事？

Nancy :先说个偶然的吧。搬来这边不久，我父母发现，以前失去联系的好友，居然就住在对面的楼里。刚搬进来那会儿，还是 BBS 年代，以前星河湾有网络论坛，那时候在里面认识的业主，现在都成为了我很好的朋友。邻居的朋友的朋友也会通过红酒、羽毛球等自发举办的聚会，慢慢融合到一起。这些社交圈子的形成有赖于现代发达的电子社交工具。我的父母退休以后，以前的一切社交圈子都没有了，现在他们的圈子很多都是源自星河湾社区里。看到他们生活充实，我特别高兴，也让我觉得在星河湾里安逸舒适。

FS :听说因为住在这边，您还对园林有所研究？

Nancy :我看过很多楼盘，可以看得出许多楼盘都在模仿星河湾，但都没有得到精髓。以前我对园林没有什么研究，反倒是因为住在星河湾，才对园林设计留意起来。许多楼盘对园林的态度是图个方便，怎么快怎么来。我住在广州星河湾第三期，这里的一个小花园也会种上各种层次不同的花木，一眼望去能看到 5 种植物，特别有空间感——哪怕这样会对园林工作者产生不小的麻烦。

FS :你们家搬来星河湾十年，期间你一直都住在这里？

Nancy :这个楼盘是我们家住得最久的楼

盘，之前基本上是五年搬家一次。如果一个很差劲的楼盘，我们也不会住这么久。中间我搬去珠江新城 CBD 居住过一段时间，但发现方便的地方不一定适合居住，我有不少亲戚朋友住在国外，他们居住的地方都特别偏僻，但那些地方环境优美。他们的生活和工作区分得很开。在居住的地方，邻里之间关系宽松，即使来了一个陌生人，大家都能认得出来。现在星河湾也有这样的味道，至少，我爸在花园散步的时候，就能辨别出来前面那只是谁家的狗。我爸爸爱溜达，如果在市区，我还真不放心。在星河湾，只要不走去大马路，我觉得很安全；况且他最好的朋友就住在星河湾。

FS :住在这边的十年，与物管之间有什么特别难忘的故事？

Nancy :星河湾的保安救过我们家。我妈有一次在厨房煮东西，有人送快递，她出门签收的时候，因为风大，门被吹关上了。灶台上正在煮着东西，想叫开锁匠已经来不及了。她只好向保安寻求帮助。最后，保安从我家楼上的窗口，用竹竿滑进了我们家，当时高压锅已经快爆裂了……这件事之后，我们家过年过节会送给他们一些小礼品，以示感谢。虽然这不是一件太大的事情，但星河湾物业的默默付出，会让你对生活产生信任。其实住在星河湾里的这些人的相互信任，都是因为一件件小事建立起来的。

星河湾集团入榜 “2016 年度典型房企产品品牌综合实力榜 Top10”

日前，房产权威研发机构亿翰智库公布了“2016 年度典型房企产品品牌榜之综合实力榜 Top50”，星河湾榜上有名，位列 NO.10。榜单本着“科学、公正、客观、权威”的原则，旨在提升企业知名度和影响力，从品牌影响力、价值创造力和产品竞争力三个方面考量房企的综合能力。其中，品牌影响力权重为 25%；价值创造力权重最高，为 30%；产品竞争力权重为 45%。

品质致敬中国新时代

2015 年，星河湾集团重回百亿军团，2016 年，又在“年度典型房企产品品牌榜之综合实力榜 Top50”位列前十，这是星河湾追求品质的回报，证明了星河湾集团“以品质致胜”的道路是正确而坚实的。

星河湾集团地产板块经过二十余年的发展，已经完成了产品数量和质量上的积累。2016 年，上海星河湾、太

原星河湾将有全新地块与产品推出，星河湾集团在位于琶洲高端商务区域的星河湾中心大楼也将投入建设，这是星河湾集团向高端商用物业迈出的坚实一步。同时，“星河湾品质”也正从地产板块向集团其他各大产业延伸。2016 年，星河湾酒店会在服务上投入更大，包括标准化建设、品牌建设、管理体系优化、精细化服务以及服务体验升级等。星河湾酒业将继续深耕

高端市场，丰富高端产品线。星河湾物业服务在高端生活方式的服务探索上也将上一个新台阶，努力探索与尝试社区医疗、社区健康生活体系、社区 O2O 商业等领域。

展望未来，星河湾集团将继续秉承“舍得、用心、创新”的企业理念，以工匠精神作为企业发展核心，扎扎实实做产品、踏踏实实做服务。以“品质至上”和“品质生活至上”，致敬中国新时代。



星河湾集团成功发行公司债券 25 亿 非上市民企为何有此价值？

日前，星河湾集团继 2015 年成功发行 30 亿非公开公司债后，再度成功公开发行 25 亿公司债，成为近期单次发行规模最大的民营非上市房企。正如星河湾集团副董事长、执行总裁吴惠珍女士在集团 2016 年品牌战略发布会上所说，虽然星河湾集团是民营非上市公司，但现金流是安全可控的，集团一直按照现代化企业管理。成功发债证明了星河湾集团的实力、竞争力、财务稳健度、企业信用和发展潜力。

在 3 月 30 日的集团 2016 年品牌战略发布会上，吴董还谈到，中国消费市场正面临一场品质革命，高品质已经成为市场新的刚需、新的风口。从资本到消费者，都会为高品质三个字买单。资本看重的是星河湾的市场定位、产品定位。品质，不但为星河湾赢得了市场的尊重，更赢得了抗风险的底气和资本市场的认同。2016 年，星河湾集团将从更高的起点，将星河

湾品质向集团其他各大产业延伸。

据悉，星河湾集团此次的债权项目立项仅四个多月，审批效率较快，沟通效果明显。单次发行规模达 25 亿，总体金额比较大，票面利率相对较低。而其能够在目前比较严峻的债券市场环境（由于近期民企债券违约不断爆发，大部分银行等投资者都停止了民企债券的认购）取得如此效果，收获较大规模的低成本资金，完

全得益于星河湾品牌在资本市场较好的品牌形象，也是星河湾集团市场竞争力、财务稳健度、发展潜力等综合实力的体现。

2015 年底，星河湾曾成功发行非公开公司债 30 亿，成为近期单次发行规模最大的民营非上市房企。2016 年国家经济形势及债权市场出现的变化，使公司债的发行难度更大，令投资者对公司债的要求更高，投资更谨慎。





解读金马奖 告诉你什么是“最具发展潜力”

星河湾酒店管理公司以不断的努力获得业界认可——在第十六届中国饭店金马奖盛典上，星河湾酒店管理公司获颁“中国最具发展潜力酒店集团/管理公司”殊荣。中国饭店金马奖享有中国饭店产业年度第一盛会美誉，是饭店业的至高荣誉，经过十六年积蓄和沉淀，已经在亚太地区乃至全球享誉盛名，拥有广泛知名度和美誉度，被媒体喻为旅游及饭店业的“奥斯卡”。其颁奖盛典被视为行业发展的风向标，获奖企业被业界公认为行业的丰碑，获奖者被业界公认为行业的标杆。

追求一流，收获认可

“中国最具发展潜力酒店集团/管理公司”这一奖项对星河湾酒店管理公司而言可谓恰当而准确。作为知名综合型地产集团——星河湾集团全资子公司，星河湾酒店管理公司在发展过程中，借助星河湾集团强大的资源和支持，发挥品牌优势，大力推进高端品牌连锁经营，致力建设有专业特色的中国一流酒店集团。

星河湾酒店管理公司承袭了星河湾集团“舍得、用心、创新”的核心价值观，多年来一直秉承“诚信、高效、专业、



创新”的宗旨，负责星河湾集团旗下所有酒店的设计、建造和运营。对一流目标的追求，成就了星河湾酒店管理公司今天的收获。

双品牌运作，多感官体验

目前，星河湾酒店管理公司旗下运作有“星河湾酒店”与“星河湾度假酒店”两个一流酒店品牌。星河湾酒店以尊贵、卓越、奢华为核心特征，它代表着高尚的品味、优美的环境、豪华的住宿、精美的膳食和无微不至的服务。星河湾度假酒店致力于为住客提供豪华、享受、活力的下榻体验，为住客提供一个可以欣赏优美风景、使用完备的休闲会议设施、升华感体验的度假及会议之所。

星河湾酒店管理公司旗下的星河湾酒店曾被誉为“为追求极致完美的鉴赏家打造的艺术品”，能够获此赞誉，星河湾酒店除了拥有一流的硬件配备及服务水准，更在“视、闻、眠、食”等多个维度给住客提供极致的感官体验。

看 建筑演绎地中海浪漫

从进入酒店外被标志性立柱照明灯点缀的那条马路开始，渐行渐近的星河湾酒店便以地中海的浪漫感染每位到来者。星河湾酒店的地中海设计风格，成就了这座按五星级标准打造的浪漫城堡。在每座星河湾酒店最醒目的位置，都耸立着一座象征星河湾的钟楼，伴随着我们演绎光阴的故事。



食 唯有美食不可辜负

用“饕餮盛宴”形容星河湾酒店的美食一点也不为过，每一座星河湾酒店都配有特色中西餐厅，演绎着美食文化的精髓。在广州发轫的星河湾，更是将粤菜文化发扬光大，以新鲜食材及原汁原味粤味为食者奉上“高浓度”粤宴。

眠 枕着温馨入梦

在星河湾酒店隔音极好的房间里，几乎听不到任何嘈杂的声音，包括中央空调都是安静运转。躺在松软的大床上，枕着贴合感极强的枕头入梦，原来每个人都可以是“豌豆公主”。



闻 有种香叫“星河湾”

如果你曾经在星河湾酒店居住，你一定会发现，每一座星河湾酒店，从踏入大堂的那一刻，都能闻到独特的香气。这种以“星河湾”命名的香气，让住客如同回到家中般熟悉，在芳香四溢的环境里，住客放松安然，精神清爽。

那些年，星河湾品牌酒店收获的荣誉

2013年

广州星河湾酒店荣获“中国酒店星光奖”中国最受商旅人士欢迎酒店
广州星河湾酒店荣获广州国际旅游展颁发的“最受关注酒店品牌”

2014年

上海浦东星河湾酒店获得携程网颁发的“2014年紧密合作伙伴”奖
上海浦东星河湾酒店获得去哪儿网颁发的“2014年最佳合作伙伴”奖
上海浦东星河湾酒店荣获上海市浦东旅游行业协会颁发的“2014年度十佳最受欢迎酒店”奖
太原星河湾酒店荣获“金牌食品安全奖”
广州星河湾酒店荣获第九届星光奖“中国最受商旅人士欢迎酒店”
星河湾酒店管理公司荣获“2014年环球杰出管理公司”奖

2015年

上海星河湾酒店荣获携程旅行网颁发的“最具潜力酒店”奖
上海浦东星河湾酒店荣获携程旅行网颁发的“最佳进步酒店”奖
上海浦东星河湾酒店荣获去哪儿网颁发的“去哪儿推荐酒店”奖
上海浦东星河湾酒店荣获全球订房网颁发的“最佳品质奖”
广州星河湾酒店荣获携程旅行网颁发的“最佳合作伙伴”和“最受客户欢迎”奖

羽坛天王空降星河湾

星河湾，向来以独特的魅力，吸引无数人前来此感受。这一次，光临星河湾的是世界羽坛“王中王”杨阳，他是世界著名羽毛球运动员，世界羽坛“四大天王”之首，独得汤杯、世锦赛、世界杯、全英赛四项冠军的世界第一人，奥运会羽毛球项目的第一个男单冠军。

3月18日上午10点，由亚太羽毛球学院举办的2016年广东名校羽毛球巡演活动上，杨阳及由退役专业球员担任的亚太羽毛球学院的教练联手，给星河湾广州市番禺执信中学的师生们带来了精彩的球技表演。

羽毛球和篮球一直是星河湾广州

市番禺执信中学的体育特长项目，校方也非常重视学生体育爱好的培养，因而广东名校羽毛球巡演的第一站就选择了这里。

据现场主持人介绍，羽毛球是广州的“市球”，广东地区也有着良好的群众基础。简单启动仪式过后，巡演

拉开序幕。杨阳加入的现场对抗赛格外引人注目，其精湛的专业水准让观众惊叹叫绝。

据星河湾广州市番禺执信中学校方工作人员介绍，羽毛球和篮球一直是该校体育特长项目，校方也非常重视学生体育爱好的培养，因此与主办方联合举行了此次活动。希望通过中外羽毛球名将的加入，让学生更加热爱体育运动。

一直以来，星河湾广州市番禺执信中学都注重对学生全面素质的培养，学生坚强、刻苦、专注、团队合作精神的养成，也是教育教学的一个重点，通过此次羽毛球巡演活动，两种训练得到了相互融合。正因如此，这次广东省羽毛球巡演活动才会选择在星河湾广州市番禺执信中学迈出第一步。

星河湾广州市番禺执信中学一直致力于深化办学理念和办学特色，充分挖掘教育教学特色资源，不断推进和完善特色课程。以特色建校、特色强校、特色兴校，走教育特色和特色教育之路领跑星河湾教育事业的发展，让学生们快乐学习、阳光成长。



世界羽坛“王中王”杨阳参加对抗赛

星河湾职业网球俱乐部 小将赵灵熙再捧单打冠军

新赛季以来，来自星河湾职业网球俱乐部的球员在各地赛事中均取得了较好成绩，为开年打响第一炮。

◆ ITF 青少年赛台南站

3月13日，在ITF南瀛杯国际青少年网球锦标赛中，星河湾职业网球俱乐部的小将赵灵熙以2:1(1:6、6:4、6:2)逆转击败中华台北小将 TSENG Chun Hsin，捧得男单冠军。本站比赛中，16岁的赵灵熙位列赛会2号种子，这是他今年捧得的第二个ITF青少年组单打冠军，年初他曾在ITF印度昌迪加尔站连赢5场夺得男单冠军。

双打比赛中，另两位星河湾职业网球俱乐部的小将也表现不俗，吕成泽与中华台北小将 WEN Yun Ruei 搭档杀入男双4强；马焯欣则与中华台北小将 HUANG Hsiang Wen 搭档杀入女双四强。

接下来的一周，包括吕成泽、马焯欣、吴卓翰、吉祥如意在内的星河湾小将将转战彰化继续征战。

郑赛赛 & 徐一璠 闯入迈阿密皇冠赛女双四强

不久前，WTA皇冠赛事迈阿密赛展开女双1/4决赛的争夺，8号种子、来自星河湾职业网球俱乐部的组合郑赛赛 & 徐一璠，用时59分钟以6:2、6:2击败强档马卡洛娃 & 斯特里科娃，杀入4强。

郑赛赛和徐一璠搭档以来，一直表现不俗，去年她们合作拿到WTA顶级赛事斯坦福站和WTA天津站女双冠军。今年年初，她们又搭档杀入澳大利亚网球公开赛女双4强，目前两人的组合在WTA冠军积分榜排名第六位。

马卡洛娃和斯特里科娃此前连续淘汰詹咏然 & 詹皓晴组合和彭帅 & 谢淑薇组合，两位球员都是单双打兼备的高手。郑赛赛 & 徐一璠顺利进入4强后，将迎战大满贯冠军组合马泰克 & 萨法洛娃。

◆ ITF 南京站

在ITF南京站的比赛中，星河湾职业网球俱乐部的球员张玲成功闯入女单4强，张煜堃则进入女单8强。

◆ WTA 印第安维尔斯站

WTA印第安维尔斯站激战正酣，星河湾职业网球俱乐部派出郑赛赛、徐一璠、迪亚斯、里内特出战。其中，迪亚斯首轮战胜美国资格赛选手罗卜，第二轮遗憾败给大满贯冠军阿扎伦卡。郑赛赛单打止步资格赛，但她和徐一璠的双打已顺利击败一对波兰组合，进入第二轮，她们第二轮的对手将是巴博斯/舍夫多娃。



小将赵灵熙登上领奖台



郑赛赛、徐一璠资料图片

星河湾实业 纹理间的工匠精神

国务院总理李克强在今年的政府工作报告中提到，鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产，培育精益求精的工匠精神，增品种、提品质、创品牌。让“工匠精神”成为企业生产中的热词。所谓“工匠精神”，不仅体现了企业对产品精心打造、精工制作的理念和追求，更要求企业不断吸收最前沿的技术，创造出新的成果。

众所周知，多年来，星河湾集团对品质始终有着孜孜不倦的追求。无论对建筑工艺的精致打磨，还是项目园林的理水之道，在星河湾，“工匠精神”就是一种修行，为营造最美人居家园永不止步的修行。特别是星河湾集团下属的广州星河湾实业发展有限公司，其生产制造等诸环节一直恪守工匠精神，用“舍得、用心、创新”的价值观念为星河湾的好房子服务。



在星河湾的样板房里，不可移动的木质结构都是星河湾实业公司的出品。

66道工序演绎精湛工艺，践行“匠人”使命

很多人认为工匠是一种机械重复的工作者，其实工匠有着更深远的意思。它代表着一个时代的气质，坚定、踏实、精益求精。工匠不一定都能成为企业家，但大多数成功企业都有这种工匠精神。

广州星河湾实业发展有限公司是星河湾集团下属的大型以综合性木制品生产为主的外商投资企业，拥有全套现代化生产设备和雄厚的技术力量，主要生产各种高级装饰板、木门、地板、木线、楼梯扶手、衣柜、户外木桥、木亭、座椅、户外平台板等高端木制品。公司自1995年成立以来，秉承“舍得、用心、创新”的价值理念，生产的“KOALA BEAR(树熊)”品牌产品经过66道工序精心打造，以严格的选材、新潮的设计、精细的工艺著称业内，其所生产的木制品成功应用于星河湾各地产项目，承接的木制品工程辐射广州、上海、北京、太原、鄂尔多斯、澳门、青岛、杭州、温州、成都、沈阳、西安等地。

广州星河湾实业发展有限公司曾被评为广州市首批“安全

生产标准化达标企业”，多次被评为区“安康杯”竞赛“优胜单位”获得镇“安全生产工作先进单位”称号，“KOALA BEAR”牌商标被认定为“广州市著名商标”；“2009年度番禺区制造业品牌50强”；连续13年被广州市工商行政管理局评为“守合同、重信用”单位；2011年，被评为区“诚信示范企业”；2012年，被评为2011年度番禺厂商“品牌奖”；2012年，被广州市人民政府评定为“广州市首批认定总部企业”；2012年，被广州市国家税务局评为“A级纳税人”；2014年，被评为2013年度番禺厂商“品牌奖”。

多年如一坚持原木检测，孜孜不倦推陈出新

20余年来，星河湾集团一直保持着对新品种原木孜孜不倦的探索。每隔一段时间，星河湾集团董事长黄文仔就会要求星河湾实业公司的工作人员选择出新的木种供他挑选。作为星河湾的掌舵人，黄董对木材选材有着非常独到的见解，从木材的质地、耐磨程度、对空气湿度的反应等等要素，都



整洁的厂房中，工人正在加工产品



会是他反复思考的关键。也正是这样追求极致的“匠人精神”，让黄董和他的星河湾始终以过硬的品牌品质为人称道。作为供应商，广州星河湾实业发展有限公司同样在自己的领域保持着严苛的作业标准：哪怕是供应多年的供应商，依然会对他们供应的原木进行严格的环保检测，在确认检测合格后再将原木投入生产。

生产细节容不下一粒灰尘，KOALA BEAR 驰名业内

在广州星河湾实业发展有限公司的工厂里，有一点有别于其他同行：工厂的管理层对厂区的环境卫生有着严格的要

求，在他们眼中，环境卫生达标也是对整个生产系统良性运行的重要保障。公司的绝大多数员工都对黄董关于生产卫生质量的要求记忆犹新。在一次卫生检查中，黄董亲临现场，戴着手套，仔细检查生产线的卫生情况，最后在门楣上检查出了灰尘的痕迹。为此，他特意叮嘱员工，一定要养成良好的卫生习惯，注重细节，不要让产品在不达标的卫生状态下生产完成，追求品质应该从源头开始。后来，星河湾实业成立了专门的卫生纠察班组，通过宣导与相应的管理制度提高生产过程中的卫生质量，在一系列的举措中，使员工树立了良好的卫生生产意识，也终于让“KOALA BEAR（树熊）”品牌走向成功。



星河湾实业的出品，在细节上也努力保持了原木的自然状态。



追求“工匠精神”，是星河湾不变的企业哲学

古语云：“玉不琢，不成器。”也有人认为，“匠人”对自己的出品追求完美极致，几近苛刻，对自己的手艺充满骄傲甚至自负，认为让质量不好的产品流通到市场是奇耻大辱，这与收获多少金钱无关，因为在“匠人”的眼中“名节”更为珍贵。在弘扬“工匠精神”的今天，中国正慢慢从制造大国走向制造强国，精益求精、敬业、执着、创新等关键词成为更多人的职业追求。与此同时，也有越来越多的企业，将“工匠精神”作为企业掌舵人与员工之间日渐形成的文化与思想上的共同价值观，以期共赢。

所以，多年来，广州星河湾实业发展有限公司在黄董的坚守与领导下，木业产量虽没有做到最大，却将品质做到了最好。在实业公司的员工眼中，“工匠精神”已经不仅是把工作当作赚钱的工具，而是树立一种对工作执着、对所做的事情和生产的产品精益求精、精雕细琢的精神。

现在，漫步在星河湾每一个项目的楼盘中，无论室外还是室内，都能看到来自星河湾实业的优质木业出品。于星河湾而言，这是“舍得”与“用心”的体现，也是星河湾与生俱来的禀赋和高品质基因。打造“匠人”企业，早已成为星河湾不变的企业哲学。



无论是室外池水上的木桥、供游人休憩的凉亭，抑或室内雕花的栏杆、修饰精细的天花，都饱含了属于星河湾的“工匠精神”。



体验米兰设计周的家居“新元素”

图片提供:汉斯格雅

2016 年米兰设计周刚刚落下帷幕，本届设计周的主题是“创意、革新与科技”。尽管家居设计每一年都在进行着不小的变革，但是在家居中通过水、火等元素体现出拥有未来感的热情与流畅，你看过吗？

流畅：优雅流畅的水之梦幻

本届米兰设计周，顶级奢侈品卫浴品牌雅生 (Axor) 力邀来自世界各地的五位国际知名设计师——大卫·阿加叶 (David Adjaye, 英国)、沃纳·艾斯林格 (Werner Aisslinger, 德国)、FRONT 设计工作室 (瑞典)、GamFratesi 设计工作室 (丹麦-意大利) 以及让·玛利·玛颂 (Jean-Marie Massaud, 法国)——以雅生水之梦为平台，从材料、外形和功能角度赋予水以耳目一新的诠释与价值，创造出独一无二的龙头，尽情书写对未来生活用水的无尽畅想。

尽管每位建筑师和设计师对水的理解各持己见，但是他

们都不约而同地尽情尝试新材料，挑战新的外形设计，从功能性和情感角度彰显出水的灵动与激情。

从英国建筑师大卫·阿加叶设计的概念龙头 Ritual 来看，水流从花岗岩嵌体中流转而出，外面环抱着贵金属材质 (铜) 铸成的楔形水嘴。水流始终呈现出一种亘古循环的仪式感，从源头汨汨而出，柔和地流转，最终归于消散。

德国设计师沃纳·艾斯林格的概念龙头 The Sea and the Shore 是一款混合型产品——由喷泉和搁板组合而成，构建出一个糅合仪式感和功能性的奇妙空间。作品选用古老的黏土材料制成，完美地诠释并强调了水的永恒和价值。

在由瑞典双人设计团队 FRONT 工作室设计的金属雕刻龙头 Water Steps 中，水流从一个平台辗转流向另一个平台，展现出形式与水之间的妙趣转换。当水流悄然滑过 PVD 金属表面时，你能从美学和声学角度清晰地感受到来自大自然的情感潜能。

丹麦-意大利双人设计团队 GamFratesi 的作品 Zen 重新诠释了经典的日式木质添水，借助极简主义的外在形式和水流模式，开拓全然宁静的冥想境界，刻画出自然与水之间的天然纽带。

出自让·玛利·玛颂之手的 Mimicry 是一件能完美契合周围建筑景观的龙头作品。温润的大理石材质与简约的几何形状揭示了它与水亲密深刻的内在关联，实现了物体介质与自然资源的情感互动与升华。

热情：囿于家室，厨房与爱

2016 年米兰设计周期间，Tom Dixon 和石英制造商 Caesarstone 联手打造了由土、火、水和空气这 4 个自然元素打造的概念厨房。这个概念厨房被称为“The Restaurant by Caesarstone & Tom Dixon”，设立在米兰儿童博物馆 (MUBA)，这间博物馆位于一所叫做 La Rotonda della Besana 的建筑群中。

所以说这次的展览其实就是让来宾在古建筑中品味未来感厨房的美食咯！

这个新概念厨房拥有以火、土、水、空气元素命名的 4 所餐厅，每一个功能齐全的餐厅中，都将意大利最好的食材以切碎、蒸汽、焦炭和冷冻的形式呈现出来，而整个互动装置空间的视觉基调将被大理石、木材、塑料、玻璃、铁、黄铜这些基本的材质定义出来。



被命名为“Curve”的几何形灯具拥有闪亮的镍银涂层，穿孔外壳有着“刺穿阴影发出光亮”的寓意。“Fade”灯具的外观是由聚碳酸酯灯罩塑造成的泪滴形状。“Melt”的设计看起来像口吹玻璃，这是之前和一间瑞典工作室协作完成的设计作品，现在也推出了地灯和台灯的新版本。被称为“Offcut”的是一套可堆叠的 DIY 家具，被用来挑战人们对扁平包装所固有的廉价和一次性的偏见。拥有三个实验室 Syle 的吊灯系列“Flask”，每一款都由两部分组成——一个清晰的波纹玻璃透镜产生的一系列同心发光圆，和一个黑色的玻璃罩散发出的油彩虹色。

作为欧洲最受关注的设计师之一，Tom Dixon 为我们带来的这场融合各种新元素的盛宴，既包含了充满未来科技感的金属和玻璃素材，又通过烹饪食物的“火”元素展现了厨房的热情与爱。

品质连载 /

你所不知道的 106个星河湾的秘密

摘自《星河湾·第一居所品质书》

手工打磨的铁艺栏杆

星河湾的每一根铁艺栏杆都用最先进的热焗漆工艺上漆,手工打磨消除锐度,再将热铁锻浇出来的立体雕花焊接至栏杆上,而每处焊接部位也都需要手工雕琢。



电热毯烫木板

木板的加工工艺,星河湾没有采用传统的热压方式,而是采购了一批品牌电热毯。将电热毯放到木皮上,让木皮与木板慢慢自然贴合,而不直接烫木皮,最大程度保证了木板的新鲜度,同时保持了纹理的清晰。



星河湾集团
Star River Group

星河湾
星河湾酒业
STAR RIVER LIQUOR

品格

品酒,是一种态度,更是一种境界。

品酒如品人生,

五味杂陈,尽融其中。

细品个中滋味,

感悟生活真谛。

轻抿、浅斟、慢酌.....

静观花开花落,笑看云卷云舒,

从容淡定,怡然自得。

杯中藏乾坤,心中揽天地。

让美酒
赞美生活



星河湾 广州星河湾酒业有限公司
GUANGZHOU STAR RIVER LIQUOR CO., LTD.

全国招商热线: 4008 528 519